

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A PARTIR DEL CONSUMO
TELEVISIVO: ESTUDIO DE CASO DEL CONSUMO DE LA SERIE NARUTO
POR PARTE DE LOS OTAKUS DEL BARRIO DE SOLANDA DE QUITO.**

AUTOR:

NICOLÁS SEBASTIÁN HERRERA MONTEROS

TUTOR:

DIEGO DAVID CÓNDOR SAMBACHE

Quito, julio de 2018

Cesión de derechos de autor

Yo/ Nosotros HERRERA MONTEROS NICOLÁS SEBASTIÁN, con documento de identificación N° 1724445620, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy/somos autor/es del trabajo de grado/titulación intitulado: LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A PARTIR DEL CONSUMO TELEVISIVO: ESTUDIO DE CASO DEL CONSUMO DE LA SERIE NARUTO POR PARTE DE LOS OTAKUS DEL BARRIO DE SOLANDA DE QUITO, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL CON MENCIÓN EN PERIODISMO INVESTIGATIVO, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor/es me/nos reservo/reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....
Nombre: Nicolás Sebastián Herrera Monteros

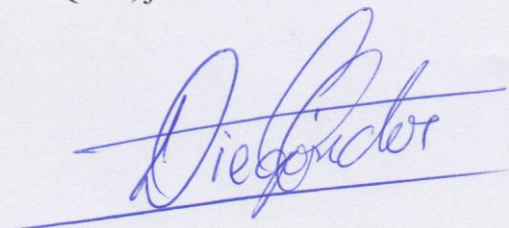
Cédula: 1724445620

Fecha: Quito, junio de 2018

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el Artículo Académico con el tema LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A PARTIR DEL CONSUMO TELEVISIVO: ESTUDIO DE CASO DEL CONSUMO DE LA SERIE NARUTO POR PARTE DE LOS OTAKUS DEL BARRIO DE SOLANDA DE QUITO realizado por NICOLÁS SEBASTIÁN HERRERA MONTEROS obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, junio de 2018



Diego David Córdor Sambache

Cédula de identidad: 1714743752

Dedicatoria

Quiero dedicar este Artículo Académico a mis padres, porque gracias a ellos tuve una educación estable, además ellos fueron un gran apoyo durante toda mi vida, guiándome con sus consejos para poder alcanzar mis sueños. También quiero agradecer a mis amigos y familiares que estuvieron brindándome todo su apoyo para seguir adelante.

Nicolás Herrera

Agradecimiento

Quiero agradecer a mi tutor Diego Cóndor, que con su sabiduría pudo guiarme durante todo el proceso investigativo para la creación del artículo académico, y así poder llegar a la meta final.

Agradezco a todas las personas que con sus palabras me inspiraron y me dieron la confianza necesaria para realizar este tema de investigación.

Y finalmente quiero agradecer al grupo de los chicos otakus, ya que fueron parte fundamental para la creación de este Artículo Académico.

Índice

Introducción	1
Enfoque teórico.....	7
Los otakus y la serie Naruto.....	12
Metodología	15
Resultados	20
Análisis de los elementos de la serie Naruto.....	20
Análisis de los personajes de la serie Naruto.....	21
Análisis de los símbolos de la serie Naruto	23
Estudio de los Otakus del barrio de Solanda.....	25
Vestimenta.....	26
Cosplay.....	28
Accesorios	29
Pensamiento	33
Pensamiento de aspectos culturales de Japón	35
Eventos de anime	37
Conclusiones	41
Referencias	43
Anexos.....	46

Índice de Anexos

Anexo 1 Entrevista semi-estructurada para los 5 otakus	46
Anexo 2 Capítulos de la serie Naruto.....	47

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de análisis de personaje.....	48
Tabla 2 Matriz de análisis de personaje.....	49
Tabla 3 Matriz de análisis de personaje.....	50
Tabla 4 Matriz de análisis de personaje.....	51
Tabla 5 Matriz de análisis de personaje.....	52
Tabla 6 Matriz de análisis de personaje.....	53
Tabla 7 Cuadro de análisis de símbolo.....	54
Tabla 8 Cuadro de análisis de símbolo.....	54
Tabla 9 Cuadro de análisis de símbolo.....	55

Índice de figuras

Figura 1 Bandana.....	23
Figura 2 Sharingan.....	24
Figura 3 Collar de Tsunade.....	24
Figura 4 Vestimenta de Hinata.....	27
Figura 5 Vestimenta de Loveless.....	27
Figura 6 Cosplay de Davo.....	28
Figura 7 Vestimenta de Hashirama.....	28
Figura 8 Bandana de Aurahunter.....	30
Figura 9 Bandana de Naruto.....	30
Figura 10 Sharingan de Nikicris Bel.....	31
Figura 11 Sharingan de Itachi.....	31
Figura 12 Collar de Kakashi.....	32
Figura 13 Collar de la serie.....	32
Figura 14 Collar de Gaara.....	32
Figura 15 Gaara.....	32
Figura 16 Armadura de Hashirama.....	33
Figura 17 Hashirama.....	33
Figura 18 Imagen del evento Héroes vs Villanos.....	39
Figura 19 Imagen del evento Héroes vs Villanos.....	39

Resumen

Este artículo trata sobre la construcción de identidad de los otakus del barrio de Solanda de Quito a partir del consumo televisivo de la serie Naruto. Esta investigación parte desde el estudio de la influencia que tienen los mensajes que son transmitidos en los programas televisivos, debido a que estos mensajes producen que la gente consuma la televisión dentro de su vida cotidiana, y este consumo permita construir una personalidad en cada uno de los televidentes. Para esto se utilizó entrevistas no estructuradas en este grupo de jóvenes para conocer sobre la influencia que tiene la serie sobre ellos. Y a partir de estas entrevistas se analizó elementos de la serie que fueron mencionados por cada uno de ellos, y así poder conocer sobre cómo el anime Naruto contribuye a este grupo en su forma de vestir y de pensar, permitiéndoles llegar a formar una hibridación cultural de identidad entre la japonesa y la ecuatoriana.

Palabras claves: Consumo, televisión, identidad, otaku, influencia.

Abstract

This article deals with the construction of identity of the otakus of the Solanda neighborhood of Quito from the television consumption of the Naruto series. This research starts from the study of the influence of the messages that are transmitted in television programs, because these messages produce that people consume television within their daily lives, and this consumption allows to build a personality in each one of them. The viewers. For this, unstructured interviews were used in this group of young people to learn about the influence of the series on them. And from these interviews elements of the series that were mentioned by each one of them were analyzed, and thus to be able to know about how the Naruto anime contributes to this group in its way of dressing and thinking, allowing them to form a cultural hybridation identity between the Japanese and the Ecuadorian.

Keywords: Consumption, television, identity, otaku, influence.

Introducción

La presente investigación estudia la construcción de la representación como parte de la identidad de los otakus después de ver series de animación japonesa, debido a que los jóvenes de esta subcultura adoptan contenidos acordes a las ideas que transmiten las series de anime. Para lo esto, se estudió a un grupo de otakus de Quito para conocer cómo por medio del anime Naruto ellos pueden ser influenciados en su forma de pensar y en su forma de vestir.

De esta manera, la pregunta para la presente investigación es ¿Cómo los jóvenes construyen su identidad a partir de su consumo televisivo? Al resolver esta pregunta se podrá acercarse al tipo de mensajes receptan los jóvenes al momento de ver alguna serie de televisión, además se podrá saber cuáles son las ideas que adoptan.

La importancia de esta construcción de identidad cultural por medio del consumo televisivo, radica en la necesidad de comprender los procesos de mundialización como una forma de apropiación cultural. En el caso del otaku se muestra claramente cómo se han resignificado terminologías para adaptarlas a la realidad ecuatoriana, y es aquí donde se hace posible dicho proceso.

Pero esto solo puede ser entendido analizando ambas partes: la influencia de la televisión extranjera y la subcultura local. En este caso, la animación japonesa transmite representaciones culturales y sociales desde el mundo oriental a todas las personas a nivel global, provocando que estas representaciones sean percibidas, y de esa manera se construye parte de una identidad que permite generar un relacionamiento social entre los seguidores de dichas animaciones.

Esta investigación está enfocada desde la teoría constructivista de Vizer (2000) en donde explica primeramente que la comunicación puede intervenir socialmente de forma transdisciplinaria para explicar las ideas a la sociedad de una manera entendible. Y se utilizó el enfoque comunicacional desarrollado desde Adorno (1962) y Lozano (2007).

En base a lo mencionado, se investigó un estado de arte que permitió conocer como el consumo televisivo por parte de los jóvenes puede influenciar por medio de sus mensajes a ellos. Para esto se partió desde el estudio de los medios comunicacionales.

Los medios de comunicación han sido investigados por dos escuelas de pensamiento. El primero es el funcionalismo, representado por Lasswell. La teoría de Lasswell propone cambiar la búsqueda de efectos que produce los medios de comunicación en las personas y reemplazarlos por el análisis de las funciones desempeñadas por parte de los mass media en la sociedad (Lozano, 2007).

Desde otra perspectiva, el estructuralismo, representado por Ferdinand de Saussure, propone el estudio de no solamente lo verbal, sino el estudio de los signos y los símbolos en el mensaje de los medios de comunicación. Así es como Charles Morris propone el estudio de la comunicación desde la pragmática, debido a que permite estudiar las reacciones que las personas tienen ante los mensajes y signos que se les presenta (De la Mora, 1999).

A partir de estas dos escuelas de pensamiento se origina el estudio de la televisión y se presenta teorías sobre este medio. La primera teoría es la aguja hipodérmica, y esta explica que la televisión tiene el poder de la emisión y de la seducción por medio del mensaje para convencer a las personas, y de esta forma construir matrices de opinión pública (Hernández, 2007).

Por otro lado, en la segunda teoría donde Castells explica sobre como la televisión se ha convertido en el epicentro del sistema cultural de nuestras sociedades, señala que una vez que el mensaje sale al público, puede ser transformado, además una sociedad que está organizada alrededor de los medios de comunicación en masas no aceptan un mensaje que esté afuera de ellos, permitiendo que la información, el entretenimiento, la educación y la propaganda se mezclan con el lenguaje televisivo (Alsina, 2001).

Las dos teorías sobre el medio televisivo permiten dar paso al estudio del mensaje en la televisión. El mensaje televisivo tiene que ser rápido, sencillo y actual, y para eso se debe usar el estereotipo, debido a que a los creadores de las series se les facilita crear personajes con ideas en general y no complejas, además les permite simplificar la comprensión del espectador al momento de tener que interpretarlos (Ramos, 2014).

Los mensajes televisivos son especialmente consumidos por jóvenes y niños. Ellos observan todo tipo de programas sin discriminar alguno. Sin la necesidad de saber sobre la influencia y las estrategias de persuasión que presenta la televisión (Ballesta, 2002).

Gracias a los mensajes televisivos se permite captar la atención de las personas, y esto da paso a pensar sobre cómo es el consumo televisivo por parte de una sociedad. Es necesario la inserción de la televisión en la vida cotidiana de las personas, por la razón que este aparato ha logrado intervenir en la realidad social, permitiendo influir en la vida social de cada uno (Sgammini, 2011).

El consumo televisivo no solo se reduce a los momentos de ocio o de tiempo libre de las personas, sino que se lo realiza mientras se encuentran en momentos de actividades cotidianas como el almuerzo, el desayuno o la merienda, y acompañando en los

momentos donde las personas realizan sus trabajos o tareas escolares (Sgammini, 2011).

Estas dimensiones domésticas del consumo televisivo son las que permiten entender el lugar que ocupa la televisión en la sociedad, aunque en el lugar donde se observa o recibe la televisión es un ambiente totalmente complejo, debido a que las familias poseen sus propias costumbres, sus propios secretos y sus propias historias (Sgammini, 2011).

En la investigación sobre el consumo televisivo de los adolescentes de Madrid por parte de Rodríguez, Quirós y Menéndez (2012). Hablan sobre el comportamiento de los adolescentes tras el consumo televisivo. Los medios se enfocan más en los grupos jóvenes, debido a cruzan por la etapa más difícil del desarrollo del individuo como tal. El individuo es visto como un constructo social, y su identidad se va formando mediante a interacción social. Esta construcción que presenta la investigación explica que se puede dar mediante la familia y amigos, y de una manera simbólica por medio de la televisión.

Entonces, la recepción televisiva como consumo es una de las principales causas por la cual las personas se adaptan a las estructuras de la sociedad contemporánea.

“Por supuesto, la capacidad del individuo de consumir y el modo en que consume son cuestiones que tienen su base en la clase social y dependen de los recursos que dispongan.” (Margulis, Urresti & Lewin, 2007, pág. 256).

A partir de la percepción del mensaje televisivo, las personas adoptan una idea nueva, combinándola junto con el pensamiento que ya habían construido. Esto abre camino a la hibridación cultural. Esta hibridación suele darse en condiciones sociales que están en medio de sistemas de producción y de consumo (Ancízar M, 2006).

Según la teoría de la nueva ideología de Daniel Bell, que presenta Jesús Martín Barbero, explica que la familia y la escuela ya no son un lugar para formar su pensamiento, los medios que permiten ahora crear una forma de pensar son por medio de la televisión. Este medio comienza a transformar los modos de vestir de las personas, además de provocar un cambio de los aspectos morales más profundos de la gente (Barbero, 2003).

En una investigación sobre el perfil de consumo de la televisión en adolescentes, jóvenes y adultos por parte de Medrano, Airbe & Palacios (2010), explican que los adolescentes y los jóvenes consumen la televisión solo por diversión, observan más las series televisivas, además en los jóvenes estas series son usadas como tema de conversación. En cambio, los adultos consumen televisión para poder estar informados, como por ejemplo observan más los noticieros. “La televisión transmite determinados modelos de vida, ideología y valores mediante historias y personajes que se convierten en “grupos de referencia” dentro del proceso de socialización del individuo.” (Rodríguez, Quirós & Menéndez, 2012, pág. 8).

En base a lo planteado en el estado del arte, como aproximación teórica para esta investigación se abordó tres ejes de estudio que son: el *consumo televisivo* visto desde la perspectiva comunicacional Estudios Culturales Latinoamericanos (ECL), la construcción de identidad desde el constructivismo y el análisis del *mercado cultural* desde los ECL. Estos tres ejes permitieron entender como el mensaje receptado por los jóvenes por medio de la televisión, puede construir su representación de identidad cultural.

Primero, el consumo televisivo es entendido no únicamente por la capacidad de una sociedad o grupo de recibir los mensajes de este medio de comunicación de masas. Va

más allá. Se refiere a como estos grupos adoptan los mensajes de los productos comunicativos culturales de otros países y los adecuan y adaptan en su vida diaria.

Segundo, la construcción de identidad se lo realiza en el relacionamiento con el otro, con los significados de éste dentro de una sociedad, donde la gente va adoptando pensamientos y van construyendo nuevas formas de (re)presentarse.

Sobre la construcción de una identidad social y cultural visto desde la perspectiva constructivista de Vizer (2000), explica que es un proceso de comunicación entre las identidades, grupos de trabajo o sociales para formar una identidad cultural en las personas, adoptando ideas y formar un nuevo pensamiento.

La investigación de Hernández (2017) explica que desde la generación de los setenta se empieza a consumir el ánimo que transmitían y mediante esto se comienza a formar una identidad muy vinculada a estas series. Este impacto se produce debido a que el mercado japonés empieza a transmitir adaptaciones cinematográficas de anime. Las series o películas de cine de Japón se vinculan con el arte japonés.

Como tercer punto se maneja el análisis del mercado como parte del consumo televisivo. Desde la categoría de consumos culturales, el autor Ortiz (2004) habla sobre una globalización que se forma desde la adaptación de una cultura por parte de las personas. Es un intento por parte de los países para entrar en la escena mundial y volver a sus culturas reconocibles internacionalmente. “En esta dinámica frenética de endiosamiento mercantil, los actos televisivos que somatizan el proceso de televidencia se reconvierten en actos de compraventa, de consumo individual, de distinción y éxito” (Orozco, 2001, Pág. 161).

Enfoque teórico

El presente enfoque teórico comienza con la perspectiva comunicacional de los Estudios Culturales Latinoamericanos sobre identidad que presenta Barbero (2002), donde explica como la televisión puede eliminar la barrera entre la verdad y la mentira que se presenta, pero desde los mensajes televisivos se transmitía, se ha permitido que se pueda conocer sobre la realidad que se lo mantenía oculta.

“Pues ella rompe el orden de las secuencias que en forma de etapas/edades organizaban el escalonado proceso del aprendizaje ligado a la lectura y las jerarquías en que este se apoya. Y al deslocalizar los saberes, la televisión desplaza las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, trabajo y juego.” (Barbero, 2002, pár. 7).

A partir de esta visión, se da paso a la formación de comunidades hermenéuticas, debido a que, en la cercanía que tienen los jóvenes hacia la cultura tecnológica desde el campo de relación con la televisión, van encontrando información en los relatos, imágenes y sonoridades, percibiendo identidades que permitan al joven tener partes de universos culturales muy diversos (Barbero, 2002).

Por medio de la televisión, buscan que las experiencias ya no la vivan a partir de la multitud, sino que buscan que la gente tenga experiencia por medio de lo virtual, conocido como experiencia doméstica (Barbero, 2002).

En base a este campo de lo virtual, las tecnologías pueden generar una adopción de identidad en los jóvenes. “Es la identidad que se gesta en el movimiento des-territorializador que atraviesan las demarcaciones culturales pues, desarraigadas, las culturas tienden inevitablemente a hibridarse.” (Barbero, 2002, pár. 13).

A partir de esta perspectiva comunicacional para la formación de la identidad, se da paso a la perspectiva sociológica, visto primeramente desde la teoría de Maffesoli (1988), donde presenta primeramente un enfoque sobre las tribus urbanas.

Las tribus urbanas destacan una sociabilidad en donde pueden compartir afectos y emociones, generando sentimientos de pertenecer a un lugar donde se comparten ideas. Las tribus urbanas crean una ciudad propia partiendo que son diferentes para una sociedad, pero permitiendo que cada uno de ellos sea uno mismo para que el resultado sea natural. (Maffesoli, 1988). “No es imposible imaginar que, correlativamente al desarrollo tecnológico, el crecimiento de las tribus urbanas favorezca un "palabreo informatizado" que reactualice los rituales del ágora antigua.” (Maffesoli, 1988, pág. 79).

Por medio de este desarrollo tecnológico, los medios contemporáneos no solamente transmiten los avances de la cultura, sino que también ponen en imagen la vida diaria de las personas, presentando costumbres de la sociedad (Maffesoli, 1988).

Las tribus urbanas desde la perspectiva de Amparán (2002), explica que el espacio ocupado físicamente por ellos es de suma importancia, esto es acompañado por la formación a partir de la imagen externa de la persona. Las prendas de vestir, el estilo y la imagen poseen una gran importancia simbólica, y las tribus son formadas o causadas a partir de una identidad individual formada a partir de los procesos tempranos de la socialización (Amparán, 2002).

Junto a estas dos teorías también se maneja las relaciones sociales desde la comunicación social explicado por Martini (2000), explica que la comunicación se realiza desde los discursos verbales y no verbales, atravesando de manera transversal

las prácticas de las sociedades para que poder impartir ideas y adaptarlas. Esto se puede realizarse a través de los medios masivos y la interacción social directa.

En base a estos tres perspectivas comunicacionales y sociológicas que hablan sobre la identidad, es necesaria la perspectiva sobre rasgos diacríticos desde la antropología.

Los rasgos diacríticos vistos desde la perspectiva de antropológica de Guerrero (2002) son importantes, debido a que permiten resolver el conflicto de diferencias entre personas.

“Para definir la identidad de un grupo no es suficiente hacer un inventario de los rasgos culturales materiales objetivos que éste posee; lo que se trata es de delimitar cuáles son sus fronteras imaginarias y simbólicas y encontrar, dentro de ellas, los rasgos diacríticos que las constituyen; es decir, aquellos rasgos distintivos que les permiten a los individuos y a los grupos hablar de sus pertenencias y sus diferencias.” (Guerrero, 2002, pág. 103).

Son los factores que permiten diferenciarse o ser parte de un grupo. Un ejemplo de rasgo diacrítico es la lengua. No se puede olvidar, los rasgos diacríticos están dentro de las representaciones simbólicas, y son referentes de identidad que les permiten diferenciarse de los demás (Guerrero, 2002).

Estas teorías planteadas por Guerrero (2002) y Maffesoli (1988) permiten comprender la construcción de identidad de las personas, aunque sean planteadas desde visiones diferentes, debido a que Guerrero P. habla sobre identidad y la alteridad desde el punto antropológico de los rasgos diacríticos. Y por otro lado Maffesoli (1988) habla sobre identificación y diferenciación desde el punto sociológico.

En base a las teorías planteadas por estos dos autores sobre la identidad e identificación de las personas, nos permitimos dar paso a la construcción de la identidad que es dada

desde la perspectiva constructivista de Vizer (2000). El autor explica que el lenguaje, el manejo de redes, y las relaciones que posee los individuos con sus grupos sociales o de trabajo, son lo que fomenta a crear su identidad socio-cultural, debido a que las ideas que se generan entre individuos o grupos sociales, puede generar una nueva forma de pensamiento, adaptándola a la experiencia que genera cada persona.

Un ejemplo del caso de relación social que menciona Vizer (2000), son las religiones de hace 2000 años, en donde la adaptación de un pensamiento religioso en una sociedad genera una nueva idea en la mente de la persona, mezclándolo con la realidad socio cultural de donde provienen, permitiendo generar una construcción de sentido con ideas diversas. Una mezcla de idea social con una cultura de afuera permite la generación de una nueva identidad, o una hibridación cultural.

“El objetivo de las ciencias humanas es fundamentalmente el conocimiento de la historia y los procesos de formación y desarrollo de los diversos conjuntos y colectivos humanos en el espacio y en el tiempo, así como los procesos culturales y de formación del individuo que los acompañan.” (Vizer, 2000, p.102).

Dentro de la construcción de sentido de la vida social presentado por Vizer (2000), menciona que las relaciones realizadas en la vida diaria de las personas, sirve para poder reconocerse a sí misma dentro de la conversación con los medios masivos.

En cambio, la construcción de sentido visto de la teoría de Aguado (2004), explica que por medio del cruce de discursos en los niveles sociales del mundo genera una experiencia socialmente compartida, dando paso una construcción de identidad.

La relación social que la persona tiene en los grupos sociales o de manera individual con uno mismo desde la teoría de Aguado (2004), explica que las personas de una manera comunicacional y social puede tomar la conducta de la otra persona viéndose

desde la percepción reflexiva de uno mismo, de esta manera la persona puede comunicarse con más facilidad en el ámbito social.

“la sociedad y la comunicación responden al mismo principio básico: la capacidad de adoptar la actitud del otro, el punto de vista del otro. De este modo, lo social humano es un fenómeno intersubjetivo que permite constituir sujetos sociales.” (Aguado, 2004, p.52).

El consumo televisivo que genera una relación social e identidad de la persona entendido desde el constructivismo de Vizer (2000), explica que, desde la creación de la televisión, el cine, y la radio han sido generadores para el consumo cultural, originando organizaciones de reproducción y de producción de productos culturales en el mercado de consumismo simbólico. “La producción específica de la industria cultural y de los medios de comunicación, son los productos para el consumo cultural, pero la consecuencia fundamental de los medios fué la creación de nuevos públicos masivos” (Vizer, 2000, p.84).

A partir de la teoría presentada por Vizer (2000) junto con la teoría antropológica de identidad de Guerrero P, se muestra que por medio de un consumo de series de televisión se pueden generar rasgos de identidad en las personas que les vuelven distintivos antropológicamente en la sociedad.

En base lo planteado por Vizer (2000) se puede partir hacia la percepción televisiva y programación comercial en las series (tanto occidentales como orientales) Estas series transmiten mensajes que son relevantes para el público. El autor Orozco (2001), explica Estos enfoques culturales, políticos, y comerciales que presentan las series de televisión son adoptados por la gente, y lo receptan de una manera diferente cada uno, provocando diversas opiniones, pero al mismo tiempo se influyen a la información

presentada. “En esta estrategia de evidencia, otra clave pedagógica debería centrarse en contrastar lo espectacular de la programación con lo que sería culturalmente relevante (desde los puntos de vista político, educativo y social) para la audiencia” (Orozco, 2001, p. 172).

La teoría de mundialización cultural que presenta el autor Ortiz (2004). Habla sobre el estudio o el análisis desde los campos de los valores, desde los campos de las formas de pensar y estilos, debido al cambio de pensamiento que se va manejando al adoptar una nueva cultura. Esto es causado por la existencia de una rotación del pensamiento dada por las transformaciones del mundo moderno.

La teoría de la escuela de Frankfurt, presentada por el autor Lozano (2007), explica que los medios de comunicación dan a conocer ideologías a los televidentes, influyendo mensajes que pueden cambiar el enfoque del pensamiento de una sociedad.

La influencia de los medios en el ámbito cultural, que explica Adorno (1962), manifiesta que se maneja una crítica hacia la cultura, mostrando como una sociedad puede adoptar una segunda identidad cultural por medio de los mensajes que se presenta en la comunicación de masas.

Los otakus y la serie Naruto

La subcultura vista desde los autores Aranda, Sánchez y Roig (2013), son grupos que están ligados al perfeccionamiento de nuevos modelos de producción y distribución masiva de elementos culturales, permitiendo adoptar una hibridación cultural.

Por ello, a los *otakus* se los debe entender en la actualidad como una subcultura, debido a que comparten un gusto en general, y adoptan una cultura extranjera por medio de la producción cultural que ésta misma presenta. “llamaríamos subcultura otaku siguiendo la definición canónica de subcultura como un grupo más o menos definido y más o

menos extenso de personas que comparten un interés en un área específica de la cultura popular” (Aranda, Sánchez & Roig, 2013, p. 44).

En el caso de los otakus con las series de anime, adoptan los mensajes e ideas presentadas por las series, donde la mayoría trata sobre la cultura japonesa. En el caso de la serie Naruto, el otaku empieza a comprender el mensaje que habla sobre superación y autoestima. Estas ideas son provenientes de la cultura japonesa, aunque no sean exclusivas a ella. Lo que es único es cómo este mensaje se vuelve parte de la estructura fundamental de las series de anime.

Los fanáticos son atraídos por la cultura japonesa debido a que las series de anime poseen mensajes sobre sus tradiciones y costumbres (Aranda, Sánchez & Roid, 2013). Un ejemplo que permite iniciar un relacionamiento a partir del consumo televisivo es la vestimenta. Así, los otakus en el Ecuador mezclan ese mensaje y esa cultura con la suya, y crean una nueva idea o, lo que es lo mismo, construyen sentidos.

El otaku construye su identidad en su vida cotidiana, debido a que el anime transmite pensamientos provenientes de la cultura de Japón, y el joven pone en interacción los dos pensamientos, tanto el ecuatoriano como el japonés y lo interpreta de una nueva manera, por lo que la animación japonesa permite crear producción en masa de accesorios u objetos en base a las series, debido a que en estas series de televisión existen signos que llaman mucho la atención a los jóvenes de esta subcultura. Los otakus buscan comprar estos accesorios no solamente por el valor material, sino por el valor simbólico.

En base a la compra de estos accesorios, da paso a la producción de objetos en el mercado a gran escala, para suplir esta demanda. Por ello se ha elegido a Naruto como herramienta para estudiar a esta subcultura, por su popularidad y alcance. Esta serie de

animación japonesa, creada por Masashi Kishimoto, posee pensamiento japonés, escenas de la cultura japonesa y símbolos que permiten crear un gran valor material en los otakus.

El pensamiento japonés que transmite la serie Naruto es el *Zen*. El *Zen* es la conexión de uno con la naturaleza de los seres vivos de todo el planeta, proponiendo regresar a la armonía que el humano nunca debió salir (Carril, 2008).

“El zen huye de referencias de seres superiores o dioses para explicar la esencia del ser humano, sino que encuentra sus respuestas en lo más concreto y ordinario, que al mismo tiempo es lo más sagrado. En lugar de rezar, se postula el poder de los sentidos para llegar a lo más profundo de la realidad.” (Carril, 2008, p. 02).

Metodología

La presente investigación tiene tres momentos metodológicos, el primero es con respecto al método etnográfico que estudió a la población escogida, generando 3 variables para el análisis, el segundo es el análisis de contenido de la serie Naruto, y el tercero es sobre el manejo de eventos de anime en la ciudad de Quito.

En el primer momento se usó el método etnográfico, debido a que se estudió una subcultura urbana. El método etnográfico se comprende como un ámbito en donde se consigue la información y los procedimientos para obtenerla (Guber, 2001).

El método de la etnografía se enfoca en el naturalismo, lo cual pretende interpretar o comprender la cultura por medio de la unión del investigador con los sujetos de estudio, aprendiendo de una manera igual como lo hacen ellos (Guber, 2001). Como primer paso se usó técnica de la entrevista propuesta por Guber (2001), debido a que se enfoca en los ámbitos culturales de la sociedad, y el objeto de estudio son un grupo que pertenecen a la subcultura de la ciudad.

Se realizó entrevistas con preguntas no estructuradas a un grupo conformado por 5 jóvenes pertenecientes a la subcultura de los otakus, estas personas tienen edades promedio entre 18 a 25 años. Este grupo de chicos son aficionados a la animación japonesa, y suelen reunirse un sábado cada dos meses en una casa del barrio de Solanda de Quito, por el hecho de que el dueño es fanático de la serie estudiada. El motivo de sus reuniones es para conversar sobre temas relacionados a la serie Naruto, y a la animación japonesa en general.

Se realizó las entrevistas a este grupo con el fin de conocer primeramente cómo se volvieron miembros de esta subcultura, y luego para conocer cómo la serie de animación japonesa escogida influyó en su construcción de identidad. Esta técnica se lo enfocó para investigar el comportamiento y pensamiento individual de cada miembro.

Seguido a esta técnica, como segundo paso, desde el mismo método de la etnografía, se usó la técnica de la observación participante de Guber (2001), debido a que se necesitó obtener información sobre los eventos que asisten esos chicos del grupo seleccionado. Esto con el objetivo de saber cómo son las convenciones de animación japonesa que se realizan en la ciudad de Quito. Al igual que en la primera técnica, la observación participante se lo utilizó para investigar la actitud individual de cada miembro de la muestra de estudio, con el fin de conocer el entorno.

Las razones por las cuales se escogió a este grupo de otakus del sector de Solanda son porque suelen usar ropa y accesorios con logos e imágenes de las series de animación japonesa. Su vestimenta es diferente a la de las demás personas que no son miembros de la subcultura. Sus posiciones corporales y frases son diferentes o poco comunes a los que usan las personas que no son otakus. Además, ellos asisten a estos eventos de la subcultura en Quito. No se escogió otro grupo dentro de la subcultura debido a que estos chicos fueron influenciados por la serie Naruto, y los demás otakus de Quito son afines a otras series de anime, en cambio este grupo de muestra. Este grupo seleccionado de la subcultura no posee nombre en específico porque no se consideran un grupo formal.

En base a la muestra de estudio, se pudo generar 3 variables que permitió a las técnicas obtener la información. Estas 3 variables son: vestimenta, accesorios, y pensamiento.

Estas fueron establecidas desde los rasgos diacríticos debido a que están dentro del sistema de representaciones simbólicas (Guerrero, 2002). Estas son:

La primera variable es la vestimenta. Esta seleccionada debido a los otakus en general suelen usar combinaciones de ropa con modelos y diseños diferentes a los que usan las personas que no pertenecen a la subcultura, volviéndolo un rasgo distintivo, debido a que los van considerando un sentido de propiedad o distinción (Guerrero, 2002). Su vestimenta comúnmente es ropa normal y prendas de vestir con logos de las series de animación japonesa.

La segunda variable de accesorios fue escogida debido a que son factores diferenciadores y muestran pertenencia (Guerrero, 2002). Esta variable es muy evidente. Por medio de esto, los accesorios se investigarán por la razón que los miembros de la subcultura utilizan collares, lentes de contacto, cintas en la cabeza. En varios casos no solo usan estos accesorios en eventos de animación japonesa, (al igual que la vestimenta) sino que lo usan también en su vida social fuera de estos eventos. Estos accesorios les permiten ser reconocidos como parte de la subcultura.

La tercera variable es pensamiento. Esta fue escogida debido a que es un factor diferenciador que les permite ser diferente del otro (Guerrero, 2002). Por medio de esto, los otakus del grupo escogido poseen pensamientos que fueron influenciados por parte de la serie Naruto, manejando la misma filosofía y mensaje que presenta la serie en la vida diaria de los miembros del grupo.

Estas 3 variables fueron estudiadas por medio de la técnica de la entrevista con preguntas no estructuradas.

Estas técnicas del método etnográfico estudiaron a los miembros del grupo de la subcultura otaku en base a las variables establecidas, se estudió de dos maneras,

individual y grupal. Para la grupal se necesitó observar las actividades que realizaban en la reunión. Las actividades eran conversar sobre el anime de Naruto, tanto sobre escenas como ideas que planteaba el autor de la serie, jugar videojuegos sobre Naruto en diversas consolas de juegos, y durante estas dos actividades escuchaban música de animación japonesa en general.

En el segundo momento de la metodología, se llevó a cabo el análisis de los capítulos de la serie Naruto. Para esto se llevó a cabo como primer punto el método análisis de personajes, utilizando la técnica del autor Ramírez (2014), debido a que utiliza una matriz que permite analizar a personajes de series televisivas. De esta manera se pudo analizar a 6 personajes de la serie, para poder identificar las acciones que realizan, los pensamientos que tienen, y una descripción general de su vestimenta.

Como segundo y último punto se usó la técnica de interpretación de imagen del autor Martin (1987), donde que por medio de pasos se puede analizar o interpretar una imagen. En base a esto, se pudo analizar un total de 5 símbolos y signos de la serie.

Estas dos técnicas de este segundo momento permitieron analizar elementos de la serie de animación que fueron mencionados en las entrevistas realizadas.

La serie de animación japonesa que se escogió fue Naruto, porque el grupo de otakus que se investigó ven esta serie, y es causante para generar las variables establecidas en este grupo de estudio.

Los capítulos escogidos de la serie Naruto fueron: 1, 9, 19, 21, 32, 46, 48, 61, 79, 91 y 95. En Naruto Shippuden se escogió los capítulos: 33, 133, 136, 138, 141, 159, 168, 172, 173, 246, 369 y 500. De estos capítulos se analizó personajes, símbolos, y filosofía japonesa que influenciaron y permitieron ser base para la construcción de identidad del grupo escogido para la investigación. En estos capítulos se obtuvo

imágenes para la comparación de las variables vestimenta y accesorios. Estos capítulos fueron seleccionados en base a lo dicho en las entrevistas obtenidas.

En el tercer momento se realizó una entrevista con preguntas no estructuradas a una persona miembro de esta subcultura que se encarga de la organización de eventos sobre animación japonesa en la ciudad, para así poder obtener información sobre como es el manejo del mercado cultural en la subcultura de Quito. De esta manera se puede obtener datos sobre la mundialización cultural del anime, y cómo esta se representa en estos eventos.

Resultados

Los resultados de la presente investigación fueron planteados en tres momentos. El primer momento trata sobre el análisis de contenido de la serie Naruto, por lo cual se divide en 2 partes que son: análisis general de los personajes del anime y análisis de los símbolos de las series. Se presentó primero este momento debido a que es necesario conocer sobre los elementos de la serie que permitieron construir la identidad a los sujetos de muestra.

El segundo momento trata sobre los resultados hallados en la información obtenida en las entrevistas a los 5 miembros del grupo otaku. Este momento está dividido en 3 partes, cada parte corresponde a las 3 variables que fueron planteadas, estas son: vestimenta, accesorios y pensamiento.

El tercer y último momento trata sobre los resultados obtenidos en la investigación sobre los eventos de animación japonesa en la ciudad de Quito. Cabe mencionar que a lo largo del texto, a los jóvenes nos vamos a referir solo por sus primeros nombres y por los apodos que tienen dentro de la subcultura, debido a que ellos prefieren mantener en el anonimato sus nombres completos.

Análisis de los elementos de la serie Naruto

Este punto trata como objetivo hacer un análisis de contenido de la serie Naruto. En este análisis se obtuvo elementos que fueron divididos en las 2 partes. Estas son: la primera parte personajes y la segunda parte símbolos, y estos han sido seleccionados

debido a que son mencionados en las entrevistas que se realizaron, y fueron la base para la influencia de los 5 jóvenes otakus.

Análisis de los personajes de la serie Naruto.

En esta primera parte se llevó a cabo el análisis de 6 personajes del anime, debido a que en las entrevistas los otakus del grupo de muestra los mencionan. Para esto se realizó la técnica de análisis de personajes de series televisivas presentada por el autor Ramírez (2014). Se analizó el pensamiento, y una descripción general de 6 personajes de la serie.

Como primer resultado se obtuvo que esta serie se identifica por ser un anime donde la principal característica de los personajes es la amistad y el trabajo en equipo. Como semejanza, todos los personajes de la serie muestran un trabajo duro y esfuerzo para poder obtener su objetivo. Dicho esfuerzo puede ser tanto para lo positivo como para lo negativo.

Como segundo resultado se encontró que los 6 personajes que fueron analizados en esta investigación tienen como semejanza una personalidad fría. Esto es por recuerdos del pasado, aunque se esfuerzan para que sus ideas se cumplan durante la serie. Las diferencias son que las ideas que tienen los personajes no son las mismas, debido a que unas son para la destrucción y otras son para ayudar a la gente.

Como tercer resultado se obtuvo que todos los 6 personajes analizados tienen como semejanza la misma fisionomía y, contextura de cuerpo y de rostro. Como diferencia física se encontró que estos 6 personajes tienen el color de cabello y de ojos muy diferentes entre ellos.

Un cuarto resultado que se obtuvo es que todos estos personajes poseen dentro de la serie historias de su pasado que les permitieron forjar su presente, pero toman

decisiones que fueron claves para el cambio de su vida. En esas historias tienen pérdidas de amigos y familiares, maltrato por parte de la familia y traumas que no les permiten seguir avanzando en su vida. Sin embargo, en el transcurso de la serie, cada personaje se va dando cuenta que no es necesario aferrarse a esos recuerdos, sino que es primordial cambiar.

Cada personaje posee un pensamiento diferente debido a lo que tuvieron que pasar, pero tienen el objetivo común de proteger a un ser querido o a muchas personas. Ese objetivo lo quieren conseguir de forma diferente dependiendo la forma de pensar que poseen.

Cada uno de los personajes tiene una personalidad distinta dentro de la serie, permitiéndoles construir sus historias de manera individual. El mensaje que transmiten los personajes analizados, de manera general, es no aferrarse al pasado, debido a que por medio de esos recuerdos toman sus decisiones negativas o positivas.

Los mensajes que presentan los personajes son adoptados por el grupo de muestra de la investigación. Lo toman como un identificativo y lo ven como una enseñanza de vida. Además, gracias a este dato se permitió conocer como cada uno de los personajes influye en la personalidad de los 5 otakus.

“Cuando tu empiezas a ver un anime como Naruto, lo que más te llama la atención es la historia, porque no te deja nada sin explicar, todo está bien explicado y te puedes introducir en ese mundo, puedes incluso identificarte con cada uno de los personajes.” (Antonella, *Otaku* de Quito, 21 de marzo del 2018).

Análisis de los símbolos de la serie Naruto.

En esta segunda parte se analizó 3 símbolos que aparecen en la serie de animación japonesa Naruto. Estos son: la *Bandana*, el collar de Tsunade, y el Sharingan. Estos elementos fueron escogidos debido a que en las entrevistas tres de los cinco otakus los mencionaron.

Para esta parte se usó la técnica de interpretación de imagen del autor Martín (1987), y fue modificado para esta investigación de la siguiente manera: a) elección de una imagen, b) denotación y c) connotación.

Como primer resultado se encontró que 2 de estos 3 símbolos, la bandana y el Sharingan, provienen de aspectos culturales de Japón. La bandana dentro de la cultura japonesa representa al Hachimaki.¹ Dentro de la serie estas bandanas solo lo usan los ninjas.

Figura 1 Bandana



Figura 1- personaje de Naruto usando Bandana.

Imagen capturada por Nicolás Herrera del

Capítulo 91 de Naruto el 3 de abril del 2018.

¹ “Me contaron que cuando la gente se lo ponía prometía desde el fondo de su alma que cualquier labor que iba a emprender ya fuera trabajo, estudio o lo que fuera lo haría con todas sus fuerzas.” (Tinajero, 2012, pág. 40).

En cambio el *Sharingan*, dentro de los aspectos culturales de Japón, representa a la luna cuando se encuentra de color rojo. Dentro de la serie es una habilidad lineal del clan *Uchiha* que puede causar mucho daño al enemigo.

Figura 2 Sharingan



Figura 2- Personaje de Naruto usando Sharingan.

Imagen capturada por Nicolás Herrera el capítulo 28
el 3 de abril del 2018 del siguiente enlace:

Por otro lado, el collar de Tsunade tiene un significado que no solamente es de Japón sino de nivel mundial, debido a que es un cuarzo. El cuarzo eleva las emociones y pensamientos, permitiendo ser una guía para la personas (Llinares, 2016).

Dentro de la serie, este collar es entregado al protagonista de la serie por parte del personaje Tsunade en el capítulo 94, dando a entender que se está entregando un legado. Por lo tanto, este collar representa la guía de pensamiento al personaje que lo lleva, dando a entender que los dos personajes que lo portaron (Naruto y Tsunade) son personas con buenas energías.

Figura 3 Collar de Tsunade



Imagen 3- Collar del personaje Tsunade de la serie Naruto.

Imagen capturada por Nicolás Herrera del capítulo 95
el 3 de abril del 2018.

Como resultado se obtuvo que los tres símbolos se convirtieron en accesorios para la venta al público, debido a que son iconos que por excelencia identifican a la serie Naruto.

Estudio de los otakus del barrio de Solanda

En este segundo momento de la investigación se obtuvieron resultados de lo hallado en las entrevistas al grupo de muestra. Esto es un complemento de los resultados que se obtuvieron en el primer momento de la presente investigación, debido a que aquí se explica cómo se construye la identidad de los miembros del grupo de muestra en base a los elementos analizados de la serie.

Esta parte está enfocada en la teoría de rasgos diacríticos del autor Guerrero (2002), debido a que los otakus del grupo poseen rasgos que les diferencian y les identifican como grupo, frente al resto de la sociedad. Tales peculiaridades que les diferencian son las 3 variables planteadas.

Por medio de la técnica de la entrevista con preguntas no estructuradas y de la observación participante, de la autora Guber (2001), se obtuvo datos que permitieron conocer como los 5 otakus cambiaron su forma de vestir, en cómo ellos empezaron a usar ciertos accesorios y cómo fue que construyeron un nuevo pensamiento en el “enfrentamiento” con la serie Naruto.

Los 5 otakus del grupo tienen como semejanzas que todos poseen apodos dentro de la subcultura, sus apodos son Nikicris Bel, Aurahunter, Loveless, Davo, y Kakashi. Los 5 chicos han estudiado diferentes carreras, como son diseño gráfico, filosofía y letras, microbiología, y diseño en animación; aunque dentro del grupo solo un miembro no ingresa todavía a los estudios universitarios, este es el caso de la otaku Loveless.

Como punto de similitud que se halló en las entrevistas fue que ellos se integraron a la subcultura otaku después de asistir a los eventos de anime que se realizan en la ciudad de Quito, pero ya conocían sobre el anime debido a que estas series eran transmitidas en televisión nacional.

Este grupo ve algunos animes, como por ejemplo Pokemon, Dragon Ball, Mazinger, Caballeros del Zodiaco y Digimon, pero aparte de estas series son muy aficionados a Naruto. Este último anime, los chicos mencionan que lo conocieron debido a que la imagen estaba en todas partes en el internet, también porque se lo transmitía en la televisión nacional. Aunque en los casos de los otakus Davo y Aurahunter, conocieron esta serie porque fue recomendada por otros miembros de la subcultura.

Dentro de la subcultura otaku también existen personas que no solamente conocen sobre la animación japonesa, sino también sobre los videojuegos y el cosplay.²

Vestimenta.

En esta variable se buscó investigar el tipo de vestimenta o ropa que usaban los 5 miembros del grupo otaku. Esta parte se refiere a la teoría de la televisión y la publicidad del autor Barbero (2003), debido a que los otakus usan una forma de vestir diferente debido a la influencia televisiva que hayan tenido.

Como resultado de esta variable, se encontró que la forma de vestimenta por parte del grupo no solamente puede ser por medio de prendas de vestir, sino que también puede ser por medio del cosplay. Esto aunque solo 4 de los 5 otakus han sido influenciados

² “En si el cosplay es la interpretación de un personaje, como dice la palabra en si costume play que significa un juego con un disfraz o interpretación de un personaje de un anime, un videojuego, una serie un personaje original, pero es interpretarlo en sí.” (Nicol, Otaku de Quito, 23 de marzo del 2018).

en su forma de vestimenta después de ver la serie Naruto. El quinto miembro del grupo, el otaku Kakashi, fue influenciado más en el aspecto de pensamiento y accesorios.

“no tengo ningún problema con usar algún tipo de accesorios, camisetas en un día cualquiera que me represente a mí mismo como otaku, ósea que lleve el logo de alguna serie o el personaje, pero de forma general yo diría común, yo utilizo cualquier tipo de ropa según la situación.” (Ricardo, otaku de Quito, 25 de marzo del 2018).

Los 4 otakus del grupo de muestra tienen una forma de vestimenta que está basada en los personajes de la serie.

Figura 4 Vestimenta de Hinata



Figura 4- Hinata usando blusa negra con rejillas.

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del capítulo 33 de Naruto Shippuden.

Figura 5 Vestimenta de Loveless



Figura 5- Loveless usando blusa de rejilla negra al igual que Hinata en la imagen.

Fotografía de Nicolás Herrera. Tomada el 21 de marzo del 2018.

La forma de la blusa tiene rejillas y es de color negro, y es la misma prenda en las dos imágenes; en cambio la peluca rosada y el color de cabello negro del personaje de Hinata no tienen similitud, dando a conocer como resultado que no es una copia exacta de la forma de vestir. La peluca rosada que lleva puesta está basada en otro tipo de estilo.

“Como he visto tantos ánímes es muy difícil que me base en la prenda de un ánime, la mayoría se identifican con varios de estos tipos. Entonces sí, prácticamente mi vestimenta es basada en muchos ánímes incluyendo Naruto.”
(Antonella, otaku de Quito, 21 de marzo del 2018).

Como resultado da a conocer que la forma de su vestimenta no es exactamente igual al personaje, pero es una idea del estilo que desean tener. Lo mismo ocurre en el caso de la otaku Nikicris Bel, debido a que su forma de vestir también está basada solamente en ciertas prendas que utiliza el personaje Itachi de la serie Naruto.

Cosplay.

En el cosplay la forma de vestir debe ser totalmente igual, se debe asemejar los detalles, la forma del traje, los colores tanto del rostro como de la vestimenta y el cabello.

Figura 6 Cosplay de Davo



Figura 7 Vestimenta de Hashirama



Figura 6- Davo usando cosplay del personaje Hashirama de Naruto

Fotografía de Alexander Silva (23-12-17).

Figura 7- Personaje Hashirama de la serie Naruto.

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del Cap. 369 de la serie Naruto Shippuden

Como resultado de Investigación se encontró que los otakus Davo y Aurahunter han hecho cosplay de los personajes de la serie Naruto. En cambio, los otakus Nikicris Bel

y Loveless no han hecho trajes de esta serie, debido a que la manifestación de su influencia de la serie por medio de la vestimenta es tan solo en base a prendas de vestir.

Davo ha realizado algunos trajes de personajes de la animación japonesa y videojuegos. En el caso de éste otaku, en base al cosplay puede representar su influencia por la serie Naruto por medio de la vestimenta. Él hizo cosplay de dos personajes de la serie, uno de ellos es Hashirama.

“Bueno, mi forma de vestir es bastante común, no hay ningún accesorio que resalte o demuestre este tipo de cosas, pero tengo un hobby que sí expresa completamente mi gusto lo que es tanto la serie como la cultura japonesa, que es el cosplay. En el cual eh hecho dos personajes que son parte de la serie y en los que sí puedo mencionar accesorios como bandanas, trajes tradicionales, armas relacionadas a la serie y demás.” (David, otaku de Quito, 26 de marzo del 2018).

El otaku Aurahunter ha hecho trajes de dos personajes de la serie Naruto, pero él no está muy adentro en el tema del cosplay como en el caso del otaku Davo, “también incluso eh hecho cosplay de los personajes de Naruto, eh hecho de Sasuke de Itachi que ambos son mis personajes favoritos de la serie” (Sebastián, otaku de Quito, 22 de marzo del 2018).

Accesorios.

En esta variable se buscó investigar qué tipo de accesorios son los que utilizan los 5 miembros del grupo. Esta parte se refiere a la teoría de consumo del autor Hernández (2017), debido a que los otakus a partir del consumo del anime pueden empezar a formar una identidad que se vincula a estas animaciones, y la forma de manifestación de esta identidad es comprando los accesorios que aparecen en las series.

Como primer resultado, se encontró que los 5 otakus utilizan accesorios de diversos personajes de la serie Naruto, muchos de estos accesorios son exactamente los mismos que usan los personajes en el anime.

En la investigación se encontró que los chicos del grupo usan 3 accesorios que aparecen en la serie, estos son: la *bandana*, el collar de Tsunade, y el sharingan. Estos 3 símbolos se los fabrica tal como son en la serie, y se convierten en accesorios de vestimenta para los otakus. Estos se los puede encontrar en los eventos de animación japonesa de la ciudad. Estos accesorios lo suelen usar en diferentes partes de su cuerpo, como en el brazo, en la cabeza, en la pierna; esto más ocurre con la *bandana*.

Figura 8 Bandana de Aurahunter



Figura 8- Aurahunter utilizando la bandana de Naruto

Fotografía de Nicolás Herrera. Tomada el 22 de marzo del 2018.

Figura 9 Bandana de Naruto



Figura 9- Naruto usando la bandana

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del capítulo 1 de la serie Naruto.

Por otro lado, algunos accesorios son creados para partes específicas del cuerpo, como por ejemplo el sharingan que es un accesorio que va solamente en los ojos.

Figura 10 Sharingan de Nikicris Bel



Figura 11 Sharingan de Itachi



Figura 10- Nikicris Bel usando lentes de contacto del Sharingan de Itachi.

Fotografía de Nicolás Herrera. Tomada el 21 de marzo del 2018.

Figura 11- Itachi usando el Sharingan.

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del capítulo 136 de Naruto Shippuden.

El segundo resultado es la razón por la cual utilizan estos accesorios y es por el significado de los mismos que se presentan en la serie, además de que con el tiempo estos elementos forman parte de la esencia de cada uno de ellos. “tengo algunos accesorios que los tengo impregnados en mi forma de ser en mi apariencia, y la verdad no creo que cambie esto hasta un buen tiempo.” (Sebastián, otaku de Quito, 22 de marzo del 2018).

En base a esto, los miembros del grupo suelen utilizar estos accesorios a diario, ya formándolo parte de su vestimenta habitual. “es el collar del primer hokage, en si heredado, es una pequeña gema en forma de prisma que normalmente lo utilizo todo el tiempo.” (Ricardo, otaku de Quito, 25 de marzo del 2018).

Figura 12 Collar de Kakashi



Figura 12- Kakashi utilizando el collar de Naruto.

Fotografía de Nicolás Herrera. Tomada el 25 de marzo del 2018.

Figura 13 Collar de la serie



Figura 13- Collar de Naruto.

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del capítulo 95 de Naruto.

Como tercer resultado se encontró que estos accesorios que utilizan los otakus del grupo no son solamente los mismos que aparecen en la serie, sino que también son collares con imágenes impresas en estos de los personajes de la serie. Y esto es debido a que son sus personajes favoritos del anime por los mensajes que transmiten, y por las historias de cada uno de ellos. “Gaara es un personaje que me encanta, como su actitud y todo lo que tuvo que sufrir en su pasado” (Antonella, otaku de Quito, 21 de marzo del 2018).

Figura 14 Collar de Gaara



Figura 14- Collar del personaje Gaara usado por Loveless.

Fotografía de Nicolás Herrera. Tomada el 21 de marzo del 2018.

Figura 15 Gaara

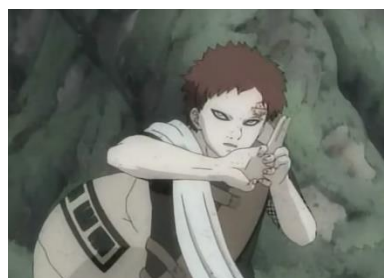


Figura 15- Personaje Gaara de la serie Naruto

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del capítulo 48 de la serie Naruto.

Como último resultado que se encontró para esta variable, es que uno de los 5 miembros del grupo de muestra, el otaku Davo, no utiliza los accesorios a diario o en días normales como los otros 4 jóvenes, debido a que él usa estos elementos cuando realiza cosplay en eventos de anime de la ciudad.

“En los momentos que escojo expresarme de esta manera son específicamente en eventos relacionados a la temática anime, donde la gente o asistentes van a comprender lo que tu estés representando, y va a ser un ambiente un poco más ameno para poder expresar este tipo de cosas. En la vida cotidiana realmente no suelo realizar este tipo de actividades.” (David, otaku de Quito, 26 de marzo del 2018).

Figura 16 Armadura de Hashirama



Figura 17 Hashirama



Figura 16- Davo mostrando la pechera de Hashirama.

Fotografía de Nicolás Herrera. Tomada el 26 de marzo del 2018.

Figura 17- Pechera de Hashirama.

Imagen capturada por Nicolás Herrera el 3 de abril del 2018 del capítulo 369 de Naruto Shippuden.

Pensamiento.

En esta variable se investigó sobre cómo cambia la forma de pensar de los otakus después de observar la serie Naruto. Esta parte está enfocada en la teoría de construcción de identidad social y cultural del autor Vizer (2000), debido a que en la

serie *Naruto* se presentan aspectos culturales de Japón que pueden ser adoptados por los jóvenes otakus. También esta parte se enfoca desde la teoría comunicacional de la identidad del autor Barbero (2002) debido a que los miembros del grupo desde el mensaje televisivo obtienen una perspectiva cultural de Japón.

Como primer resultado de esta variable se encontró que los 5 *otakus* del grupo han sido influenciados por los pensamientos presentados por medio personajes del *ánime Naruto*, y se muestra desde los mensajes morales que tratan sobre el compañerismo, trabajo en equipo, y la filosofía zen.

“siendo una serie tan amplia hay tantas filosofías, muchas puedo discernir y muchas puedo estar de acuerdo como dije lo de la justicia y el esfuerzo que uno emplea, también podría ser el valor que le dan el trabajo en equipo, eso también es una muy buena enseñanza, y realmente si uno termina aplicándolo, termina aportando mucho en la vida de uno.” (Nicol, otaku de Quito, 23 de marzo del 2018).

Los personajes de la serie tienen personalidades que son tratadas en las escenas, éstas permitieron a los miembros del grupo sentirse identificados, y así pudieron sentirse influenciados con ellos.

“Yo me identificaba mucho con Sakura porque a mí también me decían que tenía que ser educada, que tenía que ser una chica que se viera débil frente de cualquier adversidad, y que tenía que ser linda, [...]. La vi como una mujer fuerte y valiente.” (Antonella, otaku de Quito, 21 de marzo del 2018).

Sin embargo, se encontró que no solamente la personalidad de los personajes puede hacer que los miembros del grupo se sientan identificados, sino que también el

comportamiento del personaje en general permite que los otakus del grupo de muestra sientan una similitud.

“me sentí identificado con el personaje en muchas cosas, también en cómo es su carácter, su forma de ser, su forma de actuar, de resolver las situaciones, se identificaba bastante conmigo. Me encariñé bastante con Sasuke y se volvió mi personaje favorito en el anime.” (Sebastián, otaku de Quito, 22 de marzo del 2018).

Se encontró como segundo resultado que uno de los cuatro miembros del grupo de muestra, el otaku Aurahuter, que además de la influencia en su pensamiento por parte de los personajes y escenas de la serie, empezó a tener como hobby el dibujo después de ver la serie. “A mi Naruto me ha motivado muchísimo en lo que es el arte [...]. Y me di cuenta que eso es lo que realmente me gusta en la vida, eso me motivo bastante para seguir mi carrera y las cosas que hago hoy en día.” (Sebastián, otaku de Quito, 22 de marzo del 2018).

Pensamiento de aspectos culturales de Japón.

Como resultado de este punto se encontró que dos de los cinco otakus del grupo se influenciaron con aspectos de la cultura japonesa que existen en la serie Naruto. A diferencia del punto anterior, aquí no existe influencia por parte del pensamiento de los personajes, sino que existe influjo por parte de elementos culturales japoneses. Estos elementos que son filosóficos y tradicionales del país de Asia permitieron a los dos otakus acercarse más a los procesos culturales de Japón.

“En todo lo que es la temática de la serie se relaciona también con el tema de la temática feudal de Japón, como es el caso de los ninjas, y bueno este tipo de cosas si ha hecho que me acerque a la cultura japonesa, que le tenga un gusto a

cierto tipo de temas en los cuales se refleja la serie.” (David, otaku de Quito, 26 de marzo del 2018).

Dentro de la serie existe puntos que tratan sobre aspectos culturales de Japón, pero estos son transmitidos por medio de las acciones de los personajes, uno de los puntos es el taoísmo.

“Estaríamos yendo a lo que es el Taoísmo, que está basado en lo que es el equilibrio el yin y el yang, ya que en la serie se puede reflejar esto al ver varias referencias de que existe un lado bueno y un lado malo, inclusive podríamos estar hablando de lo que es el Zen, ya que se habla en la serie de algo llamado modo sabio que es la utilización de la energía natural, algo que es muy conocido lo que es el Zen igualmente en la cultura Tai. Así que a partir de ahí podríamos estar analizando diferentes modos tanto de vivir en entrenamiento como se conoce tanto en Japón como en la cultura oriental.” (Ricardo, otaku de Quito, 25 de marzo del 2018).

Otro de los puntos de aspectos culturales de Japón que existe que dentro de la serie es representado por los personajes en las acciones que realiza es la filosofía del equilibrio.

“si vamos desde un punto aún más filosófico fue el hecho del equilibrio, ya que desde mi punto de vista podría decir analizando bien la serie, que siempre trata de un punto de equilibrio, ya que en este caso hablando del protagonista Naruto y el antagonista más que el villano seria Sasuke, ellos siempre están en un constante va y viene, un punto del que uno busca al otro, o el uno necesita al otro. Así que podríamos estar hablando de conforme se ve en la serie de que este par de personajes están buscando un cierto equilibrio en el mundo que ellos

viven, en algo que es muy bueno y algo que no lo es.” (Ricardo, otaku de Quito, 25 de marzo del 2018).

Estos pensamientos que transmite la serie que están ocultos dentro de las acciones de los personajes, pueden influenciar a las personas que observan la serie, llevándoles a un punto de permitirles investigar más sobre esos aspectos culturales que se muestran, y así aportar a la construcción de su identidad.

“existe ciertos mensajes que la serie maneja bastante bien y repite a lo largo de los capítulos, muchos de ellos van enfocados a tradiciones comunes de Japón feudal, y también mensajes morales que también son comunes en la serie o a lo largo de la misma.” (David, otaku de Quito, 26 de marzo del 2018).

Eventos de anime

En el tercer momento se analizó el movimiento cultural dentro de los eventos de anime, con el fin de conocer como son las actividades y la venta de productos dentro de los mismos. Este punto se lo realizó debido a que en las entrevistas el grupo menciona tales eventos, explicando sobre la venta de accesorios, concursos y actividades para la subcultura otaku.

Este momento está basado en el enfoque de la mundialización cultural del autor Ortiz (2004), debido a que dentro de estos eventos de la ciudad de Quito existen productos de venta de anime y actividades para el público otaku. Para esto se realizó una entrevista a Juan Fernando Yépez, organizador del evento Doragon en Quito.

Como primer resultado se encontró que solamente existían pocos eventos de *anime* en la ciudad, pero cada una de las organizaciones de los eventos busca tener características que permitan que los asistentes se sientan cómodos y satisfechos.

“cuando se creó Doragon el objetivo principal era el de brindar a los seguidores de anime, comic, videojuegos un lugar donde ellos puedan encontrar con gente que tengan los mismo gustos. En el año 2012 cuando empezamos, no existían tantos evento y convenciones de donde los seguidores de estas subculturas por llamarlo así se puedan reunir, habían máximo unos dos eventos al año, máximo tres, entonces nosotros pensamos que podíamos hacer un evento que tenga las características que a la gente le gustaba.” (Yépez J, Organizador de eventos, 20 de marzo del 2018).

Como segundo resultado, se obtuvo que la organización de eventos Doragon busca tener actividades que permita que sus eventos sea diferentes al resto, para lo cual se implementa y renueva ideas en cada edición que realizan al año.

“Bueno en mi criterio en los eventos existen algunas actividades que podríamos decir que son estructurales, actividades que la gente espera ver, dentro de esas actividades te podría hablar del concurso de cosplay, que es lo que la gente quiere ver, igualmente los torneos de videojuegos. Por otro lado también la gente espera ver artistas invitados, puede ser dentro de la música, pueden ser actores de doblajes, cosplayers [...], pero en cada una de las ediciones nosotros intentamos ir aportando pequeñas cosas, o grandes que puedan hacer que se diferencia el evento, porque creo en este momento donde se alcanzado un punto en el que hay muchos eventos al año en la ciudad de Quito. Lo importante ya no es tanto la cantidad sino la calidad, y dar una diferenciación, algo que haga que las personas vayan a nuestros eventos” (Yépez J, Organizador de eventos, 20 de marzo del 2018).

En base a estos datos obtenidos en las entrevistas, se asistió a uno de estas convenciones de anime llamado Héroes vs Villanos el 8 de abril del 2018 para conocer cómo son este tipo de eventos, y se pudo observar que la gente que asiste a este tipo de eventos no solamente son otakus, sino que también son personas que no pertenecen a esta subcultura.

Figura 18 Imagen del evento Héroes vs Villanos



Figura 18- Público asistiendo a evento Héroes vs Villanos.

Fotografía Nicolás Herrera. Tomada el 8 de abril del 2018.

Como tercer resultado se encontró que dentro de estos eventos existen stands que venden productos de animación japonesa a los asistentes. El otaku Kakashi compra estos productos. En la entrevista mencionó que compraba figuras y accesorios en los stands de estos eventos.

Figura 19 Imagen del evento Héroes vs Villanos



Figura 19- Stand de venta de productos de anime en el evento.

Fotografía Nicolás Herrera. Tomada el 8 de abril del 2018.

El organizador puede financiar la convención con el dinero que entregan los stands para ocupar un espacio dentro del evento.

“la inyección de dinero que viene también son por parte de los stands, los stands son pequeños negocios o tiendas de productos relacionados a toda esta cultura otaku, gamer, friki, que van a los eventos ponen en sus espacio de venta y comercializan sus productos. A ellos se les cobra un valor por el stand y van y comercializan sus productos” (Yépez J, Organizador de eventos, 20 de marzo del 2018).

Como último resultado se encontró que en estos eventos se expone sobre la animación japonesa, y aspectos culturales de Japón, de esta forma promoviendo a las asistentes a querer conocer más sobre el anime. En las entrevistas realizadas al grupo de muestra, indican que conocían sobre el anime, pero a partir de su asistencia a los eventos empezaron a conocer más sobre la subcultura otaku. Y esta forma en que transmite la identidad cultural es a partir de las actividades mencionadas que realizan en estos eventos.

Conclusiones

En base a la teoría comunicativa planteada por los diversos autores, se llega como conclusión que la televisión si puede influenciar en el pensamiento de las personas en base a los mensajes que transmiten en su programación diaria, dando paso a que si se pueda generar una construcción de identidad a partir del consumo televisivo, permitiendo cambiar su personalidad y pensamiento ya construido con ideas primarias dadas por la familia y amigos.

En la metodología se propone técnicas para obtener información del grupo de muestra, y técnicas para análisis de elementos de la serie. Y como conclusión, las técnicas de la entrevista con preguntas no estructuradas, y de la observación participante permitieron obtener los datos necesarios para conocer sobre cómo es la influencia de la serie Naruto en los 5 otakus escogidos para esta investigación.

En los resultados como primera conclusión se obtuvo que los 5 jóvenes otakus del grupo son influenciados por la serie de animación japonesa Naruto, que por medio del mensaje que transmitía la serie construían su identidad, y los mensajes que transmitía la serie Naruto eran canalizados por medio de los personajes y símbolos.

Como segunda conclusión de los resultados, los jóvenes del grupo de muestra, por medio de los que veían y escuchaban en la serie, adoptaron formas de vestir un poco diferente al de las demás personas, empezaron a usar accesorios que salían en la serie, y adoptaron una forma de pensar que era basado a la filosofía japonesa. Esto es debido a que los elementos de la vestimenta, pensamiento, y accesorios que transmitía la serie, tenían un significado, y esos significados fueron influenciados en el grupo. De esta forma, cada uno de los 5 otakus empezó a tener una hibridación cultural, uniendo la

cultura ecuatoriana con la japonesa, y así formar una construcción de identidad a partir del consumo televisivo.

Como tercera y última conclusión de los resultados, los jóvenes al momento de obtener los accesorios y vestimenta, dieron paso al consumo cultural. De esta manera, en la compra de estos elementos en los stands en los eventos, son una forma de promover el mercado cultural. Es así que, en base a esto, con la serie Naruto se promueve el consumo de productos en los jóvenes por medio de la compra de los accesorios que se presenta en el audiovisual.

Referencias

- Adorno, T. (1962). *Prismas la crítica de las culturas y la sociedad*. Barcelona: Ediciones Ariel.
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia.
- Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Amparán, A. (2002). *Sociología de la identidad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Aranda, D., Sánchez, J., & Roig, A. (2013). *Fanáticos: la cultura fan*. Barcelona: Editorial UOC.
- Asencio, C. (2013). *Tokio para Frikis*. Watashi Ediciones.
- Ballesta, J. (2002). *Medios de comunicación para una sociedad global*. Universidad de Murcia.
- Barbero, J. (2002). *Jóvenes: comunicación e identidad*. Organización de Estados Iberoamericanos: Pensar Iberoamérica Revista de cultura. Recuperado el 20 de diciembre del 2017 del siguiente enlace: <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá, D. C. – Colombia: Editorial del Convenio Andrés Bello.
- Barlés, E., & Almazán, D. (2010). *Japón y el mundo actual*. Edición Pressas Universitarias de Zaragoza.
- Carril, J. (2008). *ZEN COACHING Un nuevo método que funde la cultura oriental y occidental para potenciar al máximo tu vida profesional y personal*. Madrid – España: Ediciones Díaz de Santos.
- Caruman, J., & Quiroga, M. (s. f.). *Teoría del Discurso Teun Van Dijk: Superestructuras*. Universidad de Chile.
- De la Mora, J. (1999). *Explicación y análisis Taller de comunicación I*. Colegio de ciencias y humanidades UNAM.

- Díaz, G. (2007). *Temas de formación sociopolítica*. Universidad Católica Andrés Bello: Fundación Centro Gumilla.
- Díaz, L. (2011). *La Observación*. UNAM: Facultad de Psicología.
- Gamboa, A., & Pincheira, I. (2009). *Organizaciones Juveniles en Santiago de Chile*. Editorial LOM.
- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Editorial Norma.
- Guerrero, P. (2002). *LA CULTURA Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Escuela de Antropóloga Aplicada UPS – Quito. Ediciones Abya – Yala.
- Hernández, M. (2017). *Manga, anime y videojuegos Narrativa cross media japonesa*. Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Kishimoto, M. (2002). *Naruto*. Japón: Estudio Pierrot.
- Tinajero, A. (2012). *Kokoro, una mexicana en Japón*. Madrid: Editorial Verbum.
- Llinares, N. (2016). *Cuarzos Maestros Guía de la maestría de cuarzos y sus propiedades energéticas*. Madrid: Editorial EDAF.
- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Education.
- Maffesoli, M. (1998). *El tiempo de las tribus*. Siglo veintiuno editores.
- Margulis, M., Urresti, M., & Lewin, H. (2007). *Familia, Hábitat y sexualidad en Buenos Aires INVESTIGACIONES DESDE LA DIMENSIÓN CULTURAL*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Medrano, C., Airbe, A., & Palacios, S. (2010). *El perfil de consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación*. Revista de Educación, 352. Mayo-Agosto 2010 pp. 545-566.

- Orozco, G. (2001). *Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la «televidencia» y sus mediaciones*. Organización de Estados Iberoamericanos: Revista Iberoamericana de la Educación. Recuperado el 3 de diciembre del 2017 de: <https://www.educ.ar/recursos/70684/audiencias-televisión-y-educación-una-deconstrucción-pedagógica-de-la-televidencia-y-sus-mediaciones>.
- Ortiz, R. (2004). *Mundialización y cultura*. Edición Convenio Andrés Bello.
- Piulats, M. (2001). *Los estudios de recepción*. Universidad Autónoma de Barcelona: Portal de la comunicación.
- Quintero, D. (2016). *Zen, un camino de transformación*. Barcelona – España: Editorial Kairós.
- Ramírez, E. (2014). *Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web Déja vu*. Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga.
- Martín, M. (1982). *Semiología de la imagen y pedagogía*. Madrid: Ediciones NARSEA.
- Ramos, M. (2014). *La imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva de prime time*. España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Rodríguez, E., Quirós, I., & Menéndez, T. (2012). *Consumo televisivo, series e Internet Un estudio sobre la población adolescente de Madrid*. Madrid: FAD.
- Sgammini, M. (2011). *Televisión y vida cotidiana La domesticación del cable en Córdoba*. Argentina: Editorial Eduvim.
- Silverstone, R. (1999). *¿Por qué estudiar los medios?*. Amorrortu editores.
- Silverstone, R. (1994), *Television and everyday life*. Routledge.
- Suarez, J., Lacalle, R., & Pérez, J. (2014). *Libro de Actas G y C*. Editorial Dykinson.
- Vizer, E. (2000). *La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Universidad de Buenos Aires.
- Zalamea, G. (2006). *Arte y localidad modelos para desarmar*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Anexos

ANEXO 1 Entrevista semi-estructurada para los 5 *otakus*

¿Tienes un apodo dentro de la subcultura *otaku*?

¿Cuáles han sido las experiencias que tú has vivido desde que perteneces a la subcultura *otaku*?

¿De qué tratan estos eventos que tú asistes?

¿Cuáles son las actividades que hacen dentro de estos eventos de *anime*?

¿Cuáles son las series que a ti te han llamado la atención?

¿Qué es lo que más te llamaba la atención de *Naruto*?

Después de que viste la serie, ¿te influenciaste y cambio ciertos aspectos tu forma de pensar?

Dentro de la serie de *Naruto*, ¿qué escena te ha llamado la atención?

¿Cómo es tu vestimenta?

En el campo de accesorios, ¿tienes algo de algún *anime* o de *Naruto*?

¿Ha influenciado en ti la parte de pensamiento que trasmite la serie a las personas?

¿Cuál fue la razón por la que tú entraste a este grupo dentro de la subcultura *otaku* que son fanáticos de *Naruto*?

ANEXO 2 Capítulos de la serie *Naruto*

Naruto:

Capítulo 9 ¡KAKASHI UTILIZA EL SHARINGAN!

Capítulo 19 ZABUZA SE DISPERSA EN LA NIEVE

Capítulo 21 LOS FORMIDABLES ENEMIGOS

Capítulo 32 SAKURA FLORECE

Capítulo 46 LA GRAN DECISIÓN DE HINATA

Capítulo 48 GAARA ES DESTROZADO

Capítulo 61 LA OTRA DEFENSA ABSOLUTA

Capítulo 79 SOBREPASANDO EL LÍMITE

Capítulo 91 EL COLLAR QUE LLAMA A LA MUERTE

Capítulo 94 RASENGAN DE FURIA

Capítulo 95 BATALLA DE LOS 3 COMPAÑEROS

Naruto Shippuden:

Capítulo 28 EL RETORNO DE LAS BESTIAS

Capítulo 33 EL NUEVO OBJETIVO

Capítulo 133 LA HISTORIA DEL HEROICO JIRAIYA

Capítulo 136 LUZ Y OSCURIDAD DEL MANGEKYO

Capítulo 138 DECESO

Capítulo 141 VERDAD

Capítulo 159 PAIN VS KAKASHI

Capítulo 168 EL CUARTO HOKAGE

Capítulo 172 REUNIÓN

Capítulo 173 EL NACIMIENTO DE PAIN

Capítulo 246 EL DESTELLO NARANJA

Capítulo 369 EL SUEÑO REAL

Tabla 1- Matriz de análisis de personaje

Matriz de personaje	
Personaje	Sakura Haruno
Dimensión Física	Edad: 16 - 20 años
	Contextura: Delgada con piel blanca
	Color de cabello: Rosado
	Color de ojos: Verdes
	Fisionomía: Ojos grandes, orejas pequeñas, nariz pequeña, boca pequeña. Cabello corto.
	Estatura: 1.70 aproximadamente
Dimensión psicológica	Tipo de personalidad: Tiene personalidad sensible. Es muy decidida. Necesita siempre ayuda del resto Es decidida y toma decisiones dependiendo la situación. Por medio de sus habilidades y conocimiento ayuda a sus compañeros.
	Temperamento: es caracterizada por ser una persona muy débil y sensible. Se desmorona en momento cruciales, pero hace todo lo posible por salir adelante. Tiene un carácter violento.
	Objetivos y metas: Ser una ninja medico dentro de la aldea de Konoha, y hacer que vuelva Sasuke a la aldea.
Dimensión Social	Estabilidad en las relaciones: Es apasionada en sus relaciones y muy enamoradiza. La relación con sus amigos es estables.
	Estado civil: Soltera
	Ambiente familiar: Hija única, vive solo con su madre.
	Rango profesional: ninja medico
	Marco espacial: actúa dependiendo de la situación que se presenta, pero en cada una de esas situaciones tiende a desmoronarse emocionalmente.

Fuente: Ramírez E. (2014)

Tabla 2- Matriz de análisis de personaje

Matriz de personaje	
Personaje	Neji Hyuga
Dimensión Física	Edad: 16 – 20 años
	Contextura: Delgado de piel blanca
	Color de cabello: Café
	Color de ojos: Blancos
	Fisionomía: Ojos grandes. Orejas pequeñas. Nariz Pequeña. Boca Pequeña. Cabello largo.
	Estatura: 1.75 aproximadamente.
Dimensión psicológica	Tipo de personalidad: Es una persona con personalidad fuerte y decidida. No se rinde con facilidad y busca superarse poco a poco. Ayuda a los que más lo necesitan. Tiene resentimientos del pasado.
	Temperamento: Es caracterizado por ser una persona seria que no demuestra emociones.
	Objetivos y metas: Convertirse en líder de la aldea de konoha.
Dimensión Social	Estabilidad en las relaciones: No tiene relaciones de ningún tipo.
	Estado civil: Soltero
	Ambiente familiar: Es un ambiente donde la familia sufre, debido a que son la familia secundaria, y su deber es proteger a la familia principal.
	Rango profesional: Ninja
	Marco espacial: Entrena con la esperanza de volverse fuerte. Tiene resentimiento y odio del pasado. Protege a sus seres queridos. Muere en la serie.

Fuente: Ramírez E. (2014)

Tabla 3- Matriz de análisis de personaje

Matriz de personaje	
Personaje	Pain
Dimensión Física	Edad: 25-30 años
	Contextura: Delgado de piel blanca y arrugada
	Color de cabello: Naranja
	Color de ojos: Blancos con círculos en el centro.
	Fisionomía: Ojos grandes y ojerosos. Cabello largo. Boca pequeña, Nariz pequeña. Orejas pequeñas.
	Estatura: 1.80 aproximadamente
Dimensión psicológica	Tipo de personalidad: Es una persona fría que siente mucho miedo por lo ocurrido en su pasado.
	Temperamento: Vengativo.
	Objetivos y metas: Destruir la aldea de Konoha, y restaurar el mundo ninja.
Dimensión Social	Estabilidad en las relaciones: Es antisocial. Tiene una larga relación de amistad con su amiga de la infancia.
	Estado civil: Soltero
	Ambiente familiar: Huérfano.
	Rango profesional:-----
	Marco espacial: Sufrió por su pasado y por la guerra entre las aldeas. Perdió a uno de sus mejores amigos en una batalla. Busca vengarse por todo lo que causo la guerra ninja.

Fuente: Ramírez E. (2014)

Tabla 4- Matriz de análisis de personaje

Matriz de personaje	
Personaje	Sasuke Uchiha
Dimensión Física	Edad: 16-20 años
	Contextura: Delgado con piel blanca
	Color de cabello: Negro
	Color de ojos: Negros
	Fisionomía: Cabello cortó. Ojos grandes. Nariz pequeña. Boca pequeña. Orejas pequeñas.
	Estatura: 1.70 aproximadamente
Dimensión psicológica	Tipo de personalidad: Personalidad fría. No demuestra importancia por nadie. Vengativo. Toma decisiones solo por el bien propio.
	Temperamento: Tiene temperamento fuerte y serio.
	Objetivos y metas: Matar a su hermano. Destruir la aldea de Konoha. Reconstruir el mundo ninja.
Dimensión Social	Estabilidad en las relaciones: Utiliza a las personas para su bien propio.
	Estado civil: Soltero.
	Ambiente familiar: Huérfano. Su familia fue asesinada por su hermano mayor.
	Rango profesional:-----
	Marco espacial: Su personalidad se volvió fría después de la muerte de toda su familia. Busca solo la venganza y el bien propio. No le interesa el bien ajeno.

Fuente: Ramírez E. (2014)

Tabla 5- Matriz de análisis de personaje

Matriz de personaje	
Personaje	Hashirama
Dimensión Física	Edad: 40 años aproximadamente
	Contextura: Delgado y de piel morena.
	Color de cabello: Negro
	Color de ojos: Negros
	Fisionomía: Cabello largo. Ojos grandes. Nariz pequeña. Boca pequeña. Orejas pequeñas.
	Estatura: 1.80 aproximadamente
Dimensión psicológica	Tipo de personalidad: Busca el bien de su gente. Apoya a todos los que quieren ayuda. Desea que todos trabajen en comunidad. Fue el primer líder de la aldea de Konoha. Es una persona decidida
	Temperamento: Fuerte. No le gusta ver que las personas sufran. Es alegre y tranquilo.
	Objetivos y metas: Que la aldea de Konoha sea prospera y crezca con el tiempo.
Dimensión Social	Estabilidad en las relaciones: Cuida sus amistades con todo lo que tiene.
	Estado civil:-----
	Ambiente familiar: Peleo junto con su familia contra otros clanes antes de la fundación de Konoha.
	Rango profesional: Primer hokage
	Marco espacial: Fundo la aldea de Konoha con el objetivo de que la gente viva en armonía. Tuvo que matar a su mejor amigo por pensar todo lo opuesto a lo que él pensaba para poder proteger la aldea.

Fuente: Ramírez E. (2014)

Tabla 6- Matriz de análisis de personaje

Matriz de personaje	
Personaje	Kakashi Hatake
Dimensión Física	Edad: 40 años aproximadamente
	Contextura: Delgado con piel blanca
	Color de cabello: Plateado
	Color de ojos: Negros
	Fisionomía: Cabello cortó. Ojos pequeños. Lleva tapado el rostro todo el tiempo.
	Estatura: 1.80 aproximadamente
Dimensión psicológica	Tipo de personalidad: Seria. Burlona. Amable. Es una persona que solo busca el bien de la aldea. Tiene recuerdos del pasado que le permitieron crecer para bien. Perdió muchos amigos durante la guerra.
	Temperamento: Fuerte. Odia que la gente abandone a sus amigos.
	Objetivos y metas: Buscar que la gente trabaje en equipo.
Dimensión Social	Estabilidad en las relaciones: No tiene relaciones amorosas. Solo amistades desde la infancia.
	Estado civil: Soltero
	Ambiente familiar: Huérfano. Su padre murió cuando era un niño, pero no supo casi nada sobre él. Escuchaba malas referencias sobre su padre.
	Rango profesional: Ninja
	Marco espacial: Busca que las personas trabajen en equipo. No le importa si se rompen las reglas con el objetivo de salvar a los amigos. Perdió muchas personas queridas durante su infancia.

Fuente: Ramírez E. (2014)

Tabla 7- Cuadro de análisis de símbolo.

Símbolo	Collar de Tsunade
Elección de imagen	Este símbolo se lo escogió debido a que en la entrevista al otaku Kakashi, menciona que posee este símbolo como accesorio.
Denotación	Es un collar de piedra de cuarzo de color verde claro. Tiene dos esferas a los lados.
Connotación	Este collar de cuarzo representa la pureza y energía, el portador de este objeto le brinda grandes vibras. El cuarzo de color verde representa a la naturaleza.

Fuente: Martin M. (1987).

Tabla 8- Cuadro de análisis de símbolo.

Símbolo	Bandana
Elección de imagen	Este símbolo de lo selecciono debido a que es utilizado por dos otakus en las entrevistas realizadas. Y porque es un artículo usado por todos los personajes de la serie.
Denotación	Es una cinta que se usa en la cabeza de color azul, tiene una placa de metal pegada a la cinta con un escudo tallado.
Connotación	La cinta es la cabeza representa el Hachimaki, que es usado en Japón para las artes marciales, y el deporte. Significa disciplina en la cultura japonesa. El Hachimaki se le puse poner cualquier diseño, pero es normalmente usado con diseños de Japón.

Fuente: Martin M. (1987).

Tabla 9- Cuadro de análisis de símbolo.

Símbolo	Sharingan
Elección de imagen	Se escogió este símbolo porque se lo menciona en las entrevistas realizadas al grupo muestra.
Denotación	Es una pupila de ojo de color rojo con tres puntos negros.
Connotación	La pupila roja con los tres puntos negros representa la luna roja al momento de un eclipse. Habilidad que lo utiliza solamente los miembros del clan Uchiha.

Fuente: Martín M. (1987).